

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

KONSENTRASI *PUBLIC RELATIONS*

Skripsi, Januari 2023

Agam Gunawan

2018140007

“Strategi *Public Relations* PT SINGGARMULIA Dalam Membangun Citra Perusahaan”.

ABSTRAK

Public Relations pada PT SINGGARMULIA menjalin hubungan yang baik dengan kliennya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa klien berperan penting terhadap PT SINGGARMULIA, karena tanpa adanya dukungan dari klien maka perusahaan ini tidak dapat berjalan sehubungan dengan modal yang dibutuhkan. Di sinilah *Public Relations* bertugas memperbaiki hubungan antara klien dengan PT SINGGARMULIA dalam mempertahankan citra. Untuk mendapatkan citra yang positif, sebuah perusahaan harus memiliki komunikasi dan juga strategi yang baik agar semua karyawan terpengaruh oleh komunikasi persuasif yang disampaikan oleh perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi *Public Relations* (*Formative Research, Strategy, Taktik, Evaluative Research*). PT SINGGARMULIA dalam membangun citra perusahaan. Strategi *public relations* yang digunakan PT.SINGGARMULIA menggunakan teori *public relations* yaitu *formative research, strategy, taktik, evaluative research*. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Dengan teknik pengumpulan data wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian dari tahap *formative research* dilakukan pada saat berhadapan dengan *stakeholder* dengan melihat dari berbagai segi pandangan untuk memiliki kesepakatan dengan *stakeholder* nya. *Strategy* dalam melakukan analisa situasi untuk membangun citra perusahaan yaitu memberikan petunjuk, motivasi serta dorongan bagi perusahaan, organisasi, dan selalu menjaga hubungan baik dengan klien PT SINGGARMULIA. Taktik untuk faktor pendukungnya ialah PT SINGGARMULIA memanfaatkan email dalam memberikan informasi, sosialisasi dan kebijakan dari management perusahaan kepada eksternalnya. *Evaluative research* untuk membangun citra perusahaan yaitu melakukan pertemuan dengan karyawan untuk mencatat kegiatan, feedback dan observasi harian dan membandingkan hasil evaluasi yang telah dilakukan sebelumnya untuk melihat apakah ada perubahan atau peningkatan dalam produktivitas perusahaan, lalu berkomunikasi dan berkoordinasi kepada pihak yang ada di dalam perusahaan, melakukan pencatatan terhadap kegiatan yang dilakukan internal maupun eksternal perusahaan.

Kata Kunci : Strategi, *Public Relations*, Citra

Referensi : 16 Buku, 4 Jurnal

Pembimbing : Lilik Sumarni, S.Sos, M.Si